

(19) 世界知的所有権機関  
国際事務局



(43) 国際公開日  
2002 年 4 月 4 日 (04.04.2002)

PCT

(10) 国際公開番号  
WO 02/27574 A1

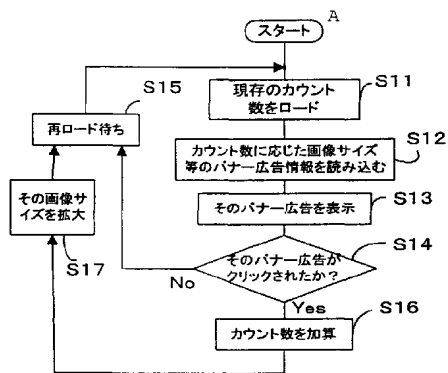
(51) 国際特許分類<sup>7</sup>: G06F 17/60 212-0013 神奈川県川崎市幸区堀川町72番地 Kanagawa (JP).  
(21) 国際出願番号: PCT/JP00/06571  
(22) 国際出願日: 2000 年 9 月 25 日 (25.09.2000) (72) 発明者; および  
(75) 発明者/出願人 (米国についてののみ): 佐野昭洋 (SANO, Akihiro) [JP/JP]; 〒324-0043 栃木県大田原市浅香3丁目 3578-936 Tochigi (JP).  
(25) 国際出願の言語: 日本語  
(26) 国際公開の言語: 日本語  
(71) 出願人 (米国を除く全ての指定国について): 株式会社 東芝 (KABUSHIKI KAISHA TOSHIBA) [JP/JP]; 〒

(74) 代理人: 大胡典夫, 外 (OHGO, Norio et al.); 〒212-0013 神奈川県川崎市幸区堀川町580番地 ソリッドスクエア東館4階 大胡・竹花特許事務所 Kanagawa (JP).

[続葉有]

(54) Title: METHOD FOR DISPLAYING BANNER ADVERTISEMENT, DISPLAY SYSTEM, AND ITS CHARGE COLLECTING METHOD

(54) 発明の名称: バナー広告の表示方法、表示システム及びその料金徴収方法



(57) Abstract: A method for displaying a banner advertisement the appeal of which increases with the number of clicks. The clicks of the banner advertisement displayed together with an image on a home page accessed over the Internet are counted. The size of the banner advertisement increases with the number of clicks of the banner advertisement.

(57) 要約:

A...START  
S11...LOAD CURRENT COUNT  
S12...READ IN BANNER ADVERTISEMENT INFORMATION SUCH AS IMAGE  
SIZE DETERMINED ACCORDING TO THE COUNT  
S13...DISPLAY BANNER ADVERTISEMENT  
S14...BANNER ADVERTISEMENT CLICKED?  
S15...SUM COUNTS  
S16...WAIT FOR RE-LOAD  
S17...INCREASE IMAGE SIZE

課題は、クリック数が多くなる程、訴求力が増加するバナー広告の表示方法を提供することである。

インターネットによりアクセスするホームページに画像と共に表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数し、この回数が増す程、バナー広告を大きく表示する。



WO 02/27574 A1



(81) 指定国 (国内): CN, JP, KR, SG, US.

(84) 指定国 (広域): ヨーロッパ特許 (AT, BE, CH, CY, DE, DK, ES, FI, FR, GB, GR, IE, IT, LU, MC, NL, PT, SE).

2文字コード及び他の略語については、定期発行される各PCTガゼットの巻頭に掲載されている「コードと略語のガイダンスノート」を参照。

添付公開書類:

— 国際調査報告書

## 明細書

バナー広告の表示方法、表示システム及びその料金徴集方法

## 技術分野

本発明は、インターネット等のネットワークのバナー広告の表示方法などに関する。

## 背景技術

最近、インターネットが爆発的に普及してきており、このインターネット特有の広告方法の1つとして小さな細長い帯状の画像をホームページなどの片隅に表示し、その画像をクリックすると関連するURLに移動してその広告企業のホームページをユーザに見せるバナー広告がある。

バナー広告は、ユーザが目的のホームページなどを表示したとき、その画面上にユーザの好みに拘わらず表示されるので、有効な広告方法ではあるが、表示サイズは自ずから限界があり、また、ユーザは広告を見るためにホームページを開くわけではないからバナー広告画面の総面積が大きくなると、ユーザに対する印象も悪くなり、バナー広告画面の面積もそれに応じて制限されることになる。したがって、狭い面積にできるだけ多くのバナー広告を表示することになるが、表示されるバナー広告の数が増える程、各広告のユーザに対する訴求力は減少してしまい、例えばECビジネスの集客のためにバナー広告を用いてるとすると、ECビジネスへの貢献度が減少してしまう。

上述のように、従来のバナー広告の表示方法では、広告数が増すと相対的に各広告の訴求力が減少してしまう問題がある。したがって、この発明は上記問題点を解決し、ユーザの関心がある程、すなわちクリック

数が多くなる程、訴求力が増加するバナー広告の表示方法を提供することを目的とする。

### 発明の開示

本発明は、ホームページに載せられたバナー広告のクリック回数の増加に応じて、バナー広告を目につきやすい態様で表示する点に特徴がある。

上記目的を達成するために、本発明の請求項 1 によれば、ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示するステップと、このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、このステップにより計数された回数が増す程、前記バナー広告を目につきやすい態様で表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法を提供する。

本発明の請求項 2 によれば、ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定の大きさのバナー広告を表示するステップと、このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、このステップにより計数された回数が増す程、前記バナー広告を大きく表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法を提供する。

本発明の請求項 3 によれば、ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示するステップと、このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、このステップにより計数された回数が増す程、前記バナー広告の枠を目につきやすいように表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法を提供する。

本発明の請求項 4 によれば、ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定の静止画のバナー広告を表示するステップと、このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数

するステップと、このステップにより計数された回数が増した場合に、前記バナー広告を動画表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法を提供する。

本発明の請求項 5 によれば、ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示するステップと、このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、このステップにより計数された回数が増す程、前記バナー広告を目につく位置に表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法を提供する。

本発明の請求項 6 によれば、前記バナー広告を目につく位置に表示するとは、画面上、下段よりも上段であることを特徴とする請求項 5 記載のバナー広告の表示方法を提供する。

本発明の請求項 7 によれば、前記バナー広告を目につく位置に表示するとは、画面上、中央よりも左端又は右端であることを特徴とする請求項 5 記載のバナー広告の表示方法を提供する。

本発明の請求項 8 によれば、ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示する手段と、この手段により表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数する手段と、この手段により計数された回数が増す程、前記バナー広告を目につきやすい態様で表示する手段とから成ることを特徴とするバナー広告の表示システムを提供する。

本発明の請求項 9 によれば、ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示するステップと、このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、このステップにより計数された回数が少ない場合にその旨そのバナー広告の関係者に通知するステップと、このステップにより通知を受けた関係者が追加料金を納付するときそのバナー広告を存続させるステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法を提供する。

本発明の請求項 10 によれば、ネットワークによりアクセスされるホ

ームページに画像と共に所定のバナー広告を表示するステップと、このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、このステップにより計数された回数が少ない場合にその旨そのバナー広告の関係者に通知するステップと、このステップにより通知を受けた関係者が追加料金を納付しないとき他のバナー広告を表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法を提供する。

本発明の請求項 1 1 によれば、バナー広告を希望する企業から所定の基本料金を徴集するステップと、バナー広告を載せるサイトの運営企業に所定金額を支払うステップと、前記バナー広告に対するクリック数の増加に応じてこのバナー広告を目につく態様で表示するステップとを備えて成ることを特徴とするバナー広告の料金徴集方法を提供する。

本発明の請求項 1 2 によれば、前記クリック数の増加に応じて前記バナー広告を希望する企業から追加料金を徴集するステップを更に有することを特徴とする請求項 1 1 記載のバナー広告の料金徴集方法を提供する。

#### 図面の簡単な説明

図 1 は、本発明のバナー広告の表示方法の一実施形態の工程を説明するための図である。

図 2 は、本発明のバナー広告の表示システムの構成例を示す図である。

図 3 は、本発明のバナー広告の表示方法の他の実施形態を説明するための図である。

図 4 は、本発明のバナー広告の料金徴集方法を説明する為の図である。

図 5 は、本発明のバナー広告の表示方法の更に他の実施形態を説明するための図である。

図 6 は、本発明のバナー広告の表示方法の他の実施形態を説明するための図である。

図 7 は、本発明のバナー広告の表示方法の他の実施形態を説明するための図である。

図 8 は、本発明のバナー広告の表示方法の他の実施形態を説明するための図である。

### 発明を実施するための最良の形態

以下、本発明の各実施形態について図面を用いて説明する。

図 1 に、本発明の一実施形態のバナー広告方法の流れを示し、図 2 にバナー広告のシステム構成を示す。

このシステムは、インターネットなどのネットワーク 2 1 と、このネットワークに接続されたユーザのパーソナルコンピュータ（P C）2 2 a, 2 2 b, 2 2 c と、同様に上記ネットワーク 2 1 に接続された W W W サーバ 2 3、バナーサイト 2 4 a, 2 4 b、バナープロバイダサーバ 2 5 及びこの端末に接続された入金サイトデータベース 2 6 から成る。

図 2 では、これらのユーザ P C、W W W サーバ及びバナーサイトを、簡単の為に数台しか示していないが、実際にはもっと多くの台数がネットワークに接続されている。

ユーザ P C 2 2 a, 2 2 b, 2 2 c は通常のパソコンであり、インターネットなどにアクセスし、インターネット・エクスプローラやネットスケープ・ナビゲータなどのブラウザにより、ホームページなどが閲覧可能なように設定されている。

W W W サーバ 2 3 は、所定のホームページを開設しているサーバであり、このホームページには図 3 に示すように、A バナー 3 1 a、B バナー 3 1 b、C バナー 3 1 c、D バナー 3 1 d、E バナー 3 1 e の各バナー広告が設けられている。これらのバナー広告をクリックすると、それぞれバナーサイト 2 4 a, 2 4 b, 2 4 c, 2 3 d, 2 4 e の指定したページを表示するようになっている。

バナープロバイダサーバ 2 5 は、バナープロバイダが各広告希望企業

やサイト運営企業と連絡を取るときに用いられ、各広告希望企業からの料金の入金はこちらに接続されている入金サイトDB26に記憶されている。

まず図1のステップS11において現存のクリックしたカウント数をロードする。最初は初期値のカウント数がロードされ、ステップS12においてこの初期値のカウント数に応じた画像サイズのバナー広告を読み込み、ステップS13でそのバナー広告を表示する。

例えば図3に示すように各バナー広告の幅をa, b, c, dとすると、最初は $a = b = c = d = e$ であり、これらのバナー広告は同じ大きさで表示される。

次に、ステップS14においてそのバナー広告がクリックされたかを検知する。クリックが検知されないときには、ステップS15に移り、再ロード待ちになるが、当該バナー広告がクリックされると、ステップS16に移りカウント数を加算する。その後ステップS17に移り、画像サイズを拡大してステップS15に移り、再ロード待ちとなる。

なお、ステップS14においてバナー広告がクリックされなかったとき、そのバナー広告を縮小し、バナー広告がクリックされたときには、画像サイズを変えないようにすることもできる。

例えば、Cバナー31cが何回かクリックされたとすると、図3に示すように、このバナー広告31cが大きくなる。したがってバナー広告の幅 $c > a = b = c$ となる。

一般に、これらのバナー広告の幅の合計が一定とすると、次の条件が成り立つ。

$$a + b + c + d + e = 100\%$$

クリック数を $C_n$ 、拡大係数を $k$ として、クリックする対象のバナーの拡大率 $Z\%$ を次のように定義する。

$$Z = (C_n \times k)$$

すると、そのクリックされたバナー広告の現在の幅を $W_c$ として、拡大されたバナーサイズ $W_t$ は次式により表される。



$$W_t = W_c + Z$$

したがって、バナー広告の総数を  $n$  として上記以外のバナー広告のサイズ  $W(n)$  は次式の大きさとなる。

$$W(n) = W_c(n) - Z / (n - 1)$$

すなわち、他のバナー広告は一様に小さくなる。

図2において、ユーザがユーザPC22a, 22b, 22cから、WWWサーバ23のあるホームページ(図3)にアクセスし、Cバナー31cを多くクリックするとする。バナーサイト24cに行くユーザが多くいることになり、このとき図3に示すようにCバナー31cが大きくなり、他のバナー広告31a, 31b, 31d, 31eが相対的に小さくなる。

本発明のこの実施形態によれば、バナー広告のクリック回数が増えることにより、バナー広告が大きくなるので、ユーザに対する訴求力を大きくすることができる。上記では、1つのバナー広告のみクリック数が増加する場合について説明したが、実際には複数のバナー広告がクリック数を増やしていくので、比較的クリック数の少ないバナー広告が相対的に小さくなっていくことになる。このようにバナー広告の大きさが小さくなった場合には2つの処置の仕方がある。1つは、バナープロバイダから小さくなったバナー広告の企業に通知し、そのバナー広告を他の新しい企業によるバナー広告に変える方法である。この方法によれば、常にクリック数の多いバナー広告のみを載せておくことになり、バナー広告を含むホームページなどを常に活性化できる利点がある。

バナー広告の大きさが小さくなった場合の処置の他の方法は、バナープロバイダから当該企業に通知して、バナー広告の大きさを維持したければ、追加料金を求めることである。他のバナー広告の面積をそのままにしておく場合にはこのバナー面積増加分をどうするか考慮が必要であるが、バナープロバイダとしては、広告企業から追加料金を徴収できる利点がある。

本発明のこの実施形態における、お金の流れを図4に示す。まず、バ

ナー広告を行いたい企業 4 1 は、ステップ S 4 1 でバナープロバイダ 4 2 に所定の大きさのバナー広告を行う場合の基本料金を支払う。このような広告希望企業は通常複数ある。

バナープロバイダ 4 2 はステップ S 4 2 で、これら企業からの広告希望をまとめた全体として必要なバナー広告の総面積を算出し、ホームページのサイト運営企業 4 3 にバナー広告の総面積に応じた料金を納付する。

バナー広告がクリックされると、そのクリック情報がステップ S 4 3 でサイト運営企業 4 3 から、バナープロバイダ 4 2 に通知され、そのクリック数がステップ S 4 4 で各広告希望企業 4 1 に通知される。

また、ステップ S 4 5 では、サイズ情報が同様にバナープロバイダ 4 2 に通知され、ステップ S 4 6 で広告希望企業に通知される。そして、その通知に対して断りのない限り、当該企業 4 1 は、通知されたバナーサイズに応じた追加料金をバナープロバイダ 4 2 に納付する（ステップ S 4 7）。これに応じてバナープロバイダ 4 2 は、サイズ情報をステップ S 4 8 でサイト運営企業 4 3 に通知する。

この実施形態によれば、バナープロバイダ 4 3 は、バナー広告のサイズを大きくすることによって広告希望企業 4 1 から追加料金を徴収できる利点がある。

上記実施形態では、クリック数の増加に応じて、バナー広告のサイズを大きくした。しかし、ユーザに対する訴求力を増すには大きくする以外にも種々の方法がある。

次に、クリック数の増加に応じてバナー広告の枠を変える本発明の第 2 の実施形態について説明する。

図 5 にこの実施形態の表示例を示す。上述の実施形態のようにクリック数の増加に応じてバナー広告の枠を通常の一重枠から二重枠、更に三重枠に変えていく。

即ち、図 5 では最初は全てが A バナー 5 1 a に示すようにバナー広告は一重の枠に囲まれている。ところが、バナー広告のクリック数が増えると、まず E バナー 5 1 e に示すようにバナー広告は二重の枠に囲まれ

る。次に更にクリック数が増すとCバナー広告51cに示すように三重の枠に囲まれる。

一方、相対的にクリック数が少ないバナー広告は、まずDバナー51dに示すように点線の枠で囲まれる。更にクリック数が少ないと、Bバナー51bに示すようにバナー広告は枠のない状態となる。

この実施形態のように、枠の種類によってユーザへの訴求力に変化を付ける場合には、単に枠の種類を変えるだけでよく、容易に変更可能である利点がある。

また本発明では、バナー広告の画像の種類を変えることによりユーザへの訴求力を変化させることもできる。図6では明確にはわからないが、クリック数が増加したCバナー61cを例えば動画GIFの表示とし、他のクリック数が少ないバナー広告の静止画表示と差別化することができる。更に細かく分ける場合には、例えば、クリック数が増える程、動画像とし、クリック数が少ないバナー広告程、画質の粗い静止画とすることができる。

この実施形態のブラウザにおける表示例を図7に示す。即ち、クリック数の少ないaバナー71aは静止画で表示されているが、クリック数が多いbバナー71bはGIFの動画で、また同様にクリック数の多いcバナー71cはQuick Timeの動画で表示される。動画としては、この他Shock Waveなどもあり、これらの限られず動画が表示できるものであればいずれでもよい。

この実施形態によれば、上述の実施形態よりもユーザに対する訴求力の差は大きくなる利点がある。

上述の実施形態では、各バナー広告の位置は不変であったがクリック数の変化に応じてバナー広告の位置を変えるようにすることもできる。図8にこの種の本発明の他の実施形態を示す。一般に最初に現われる最上段の位置がもっとも人目につきやすい。

したがって、最初Aバナー、Bバナー、Cバナー、Dバナー、Eバナーの順に配置されていたとしても、例えばCバナー広告のクリック数が

最も多く以下、Bバナー、Dバナー、Eバナー、Aバナーの順になったとすると、図8に示すように、最も上にCバナー81cが配置され以下Bバナー81b、Dバナー81d、Eバナー81e、Aバナー81aの順（矢印82）に各バナー広告が配置されることになる。

この実施形態では、クリック数が多いほど上段に表示したが、クリック数が多いほど左から右へあるいは、右から左へ、即ち端の方に表示するようにすることもできる。

このようにクリック数に応じてバナー広告の位置を変えるようにすれば、バナー広告自体を変えることなくユーザへの訴求力を簡単に変えることができる利点がある。

#### 産業上の利用可能性

以上説明したように、本発明によれば、ユーザが関心あるバナー広告程、訴求力が増加するバナー広告の表示方法などを得ることができる。

### 請求の範囲

1. ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示するステップと、

このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、

このステップにより計数された回数が増す程、前記バナー広告を目につきやすい態様で表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法。

2. ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定の大きさのバナー広告を表示するステップと、

このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、

このステップにより計数された回数が増す程、前記バナー広告を大きく表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法。

3. ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示するステップと、

このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、

このステップにより計数された回数が増す程、前記バナー広告の枠を目につきやすいように表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法。

4. ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定の静止画のバナー広告を表示するステップと、

このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、

このステップにより計数された回数が増した場合に、前記バナー広告を動画表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示

方法。

5. ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示するステップと、

このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、

このステップにより計数された回数が増す程、前記バナー広告を目につく位置に表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法。

6. 前記バナー広告を目につく位置に表示するとは、画面上、下段よりも上段であることを特徴とする請求項5記載のバナー広告の表示方法。

7. 前記バナー広告を目につく位置に表示するとは、画面上、中央よりも左端又は右端であることを特徴とする請求項5記載のバナー広告の表示方法。

8. ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示する手段と、

この手段により表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数する手段と、

この手段により計数された回数が増す程、前記バナー広告を目につきやすい態様で表示する手段とから成ることを特徴とするバナー広告の表示システム。

9. ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示するステップと、

このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、

このステップにより計数された回数が少ない場合にその旨そのバナー広告の関係者に通知するステップと、

このステップにより通知を受けた関係者が追加料金を納付するときそのバナー広告を存続させるステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法。

10. ネットワークによりアクセスされるホームページに画像と共に所定のバナー広告を表示するステップと、

このステップにより表示されたバナー広告のクリックされた回数を計数するステップと、

このステップにより計数された回数が少ない場合にその旨そのバナー広告の関係者に通知するステップと、

このステップにより通知を受けた関係者が追加料金を納付しないとき他のバナー広告を表示するステップとから成ることを特徴とするバナー広告の表示方法。

11. バナー広告を希望する企業から所定の基本料金を徴集するステップと、

バナー広告を載せるサイトの運営企業に所定金額を支払うステップと、

前記バナー広告に対するクリック数の増加に応じてこのバナー広告を目につく態様で表示するステップとを備えて成ることを特徴とするバナー広告の料金徴集方法。

12. 前記クリック数の増加に応じて前記バナー広告を希望する企業から追加料金を徴集するステップを更に有することを特徴とする請求項9記載のバナー広告の料金徴集方法。

図 1

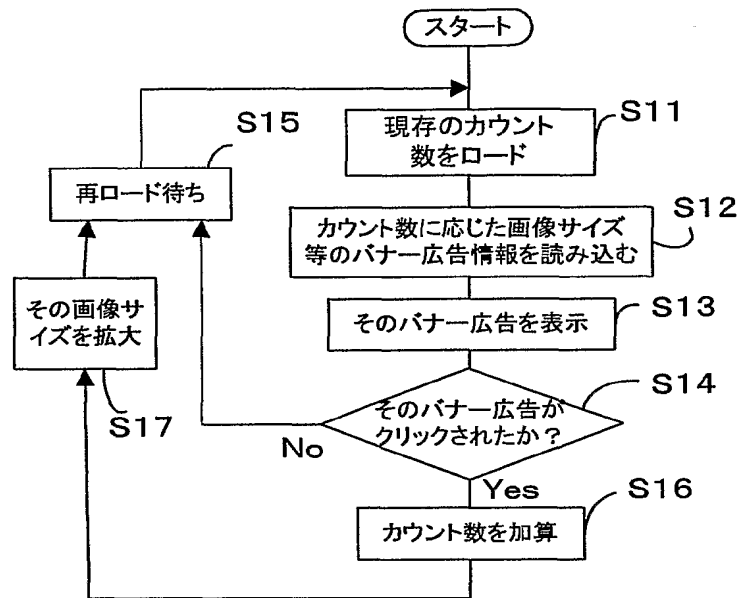


図 2

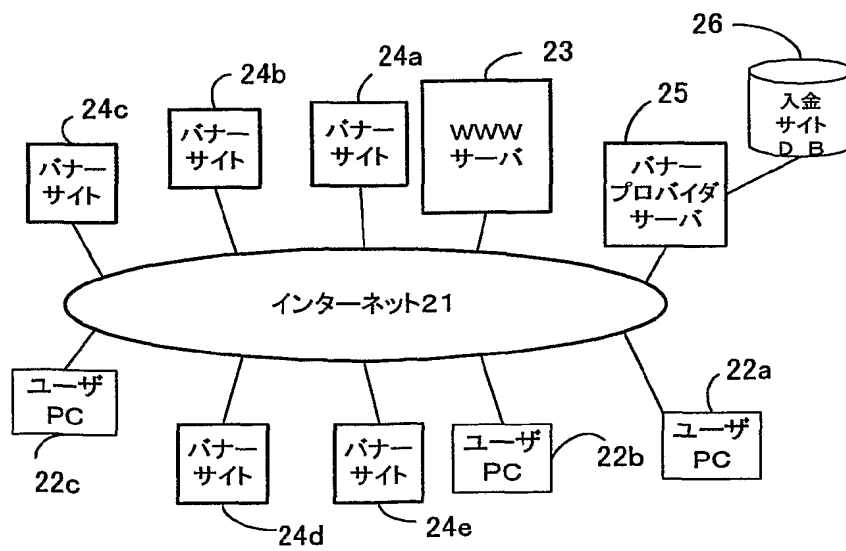




図 3

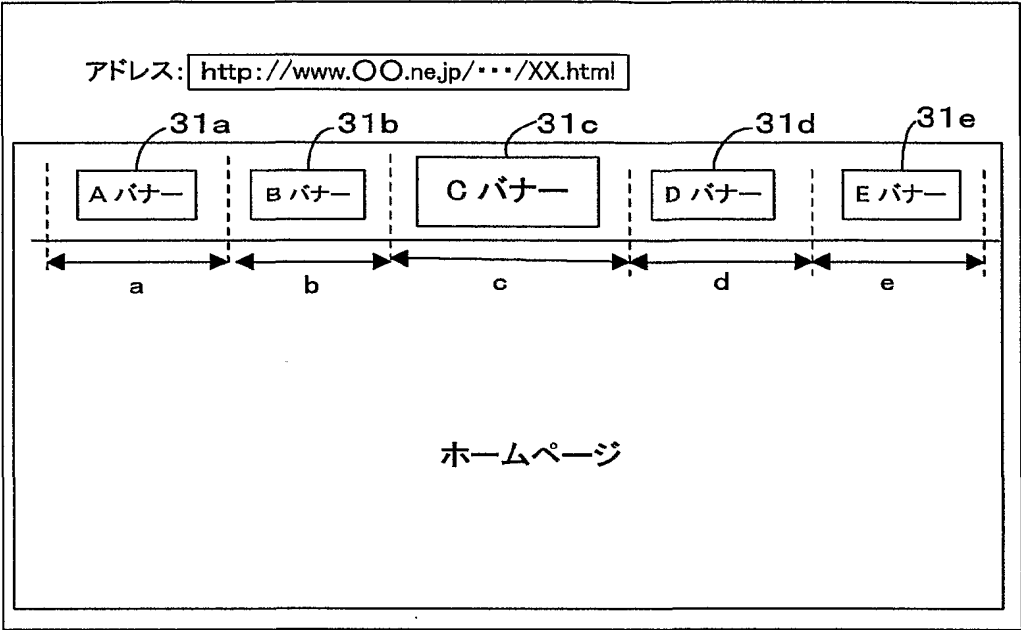


図 4

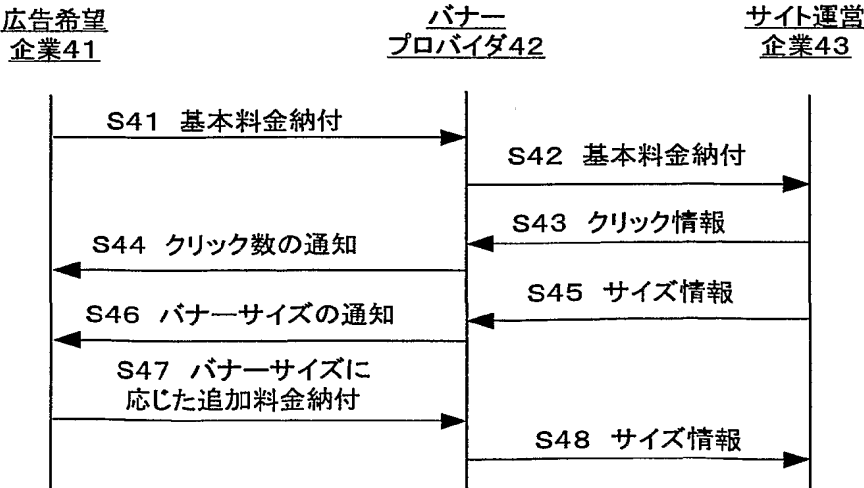


図 5

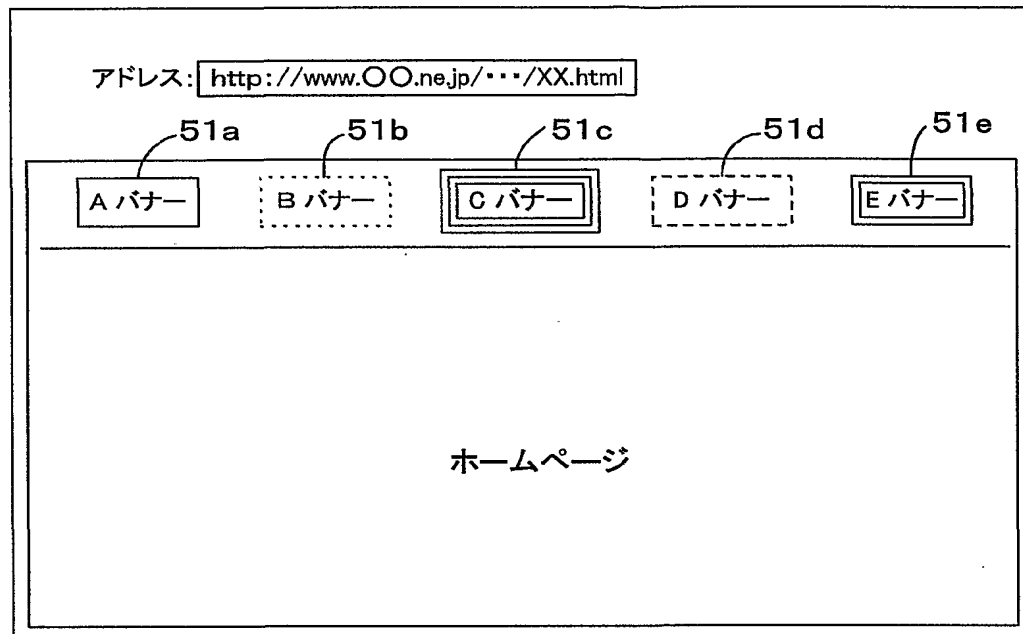


図 6

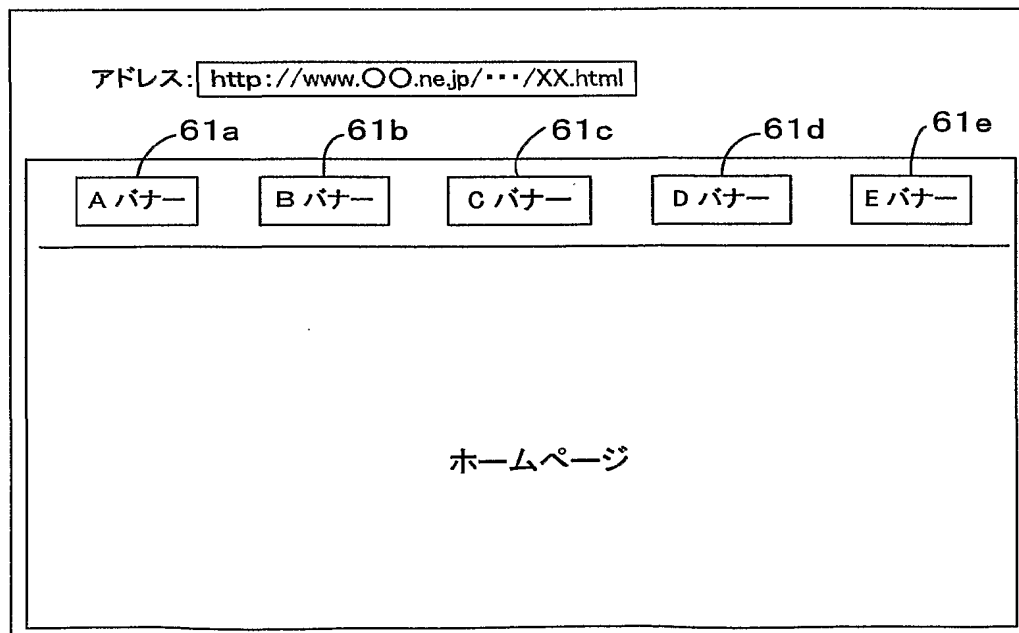


図 7

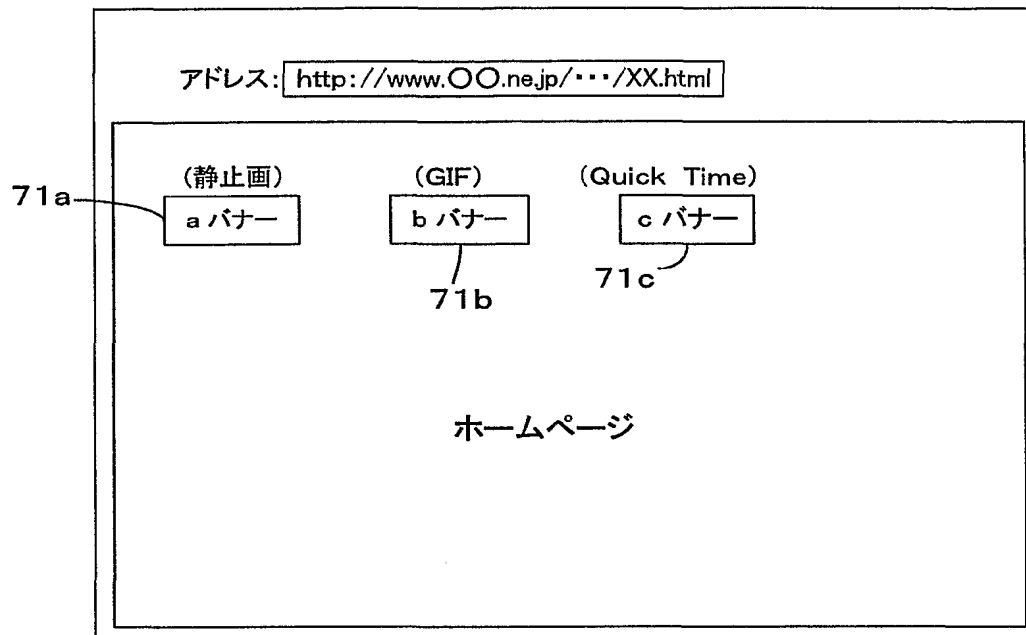
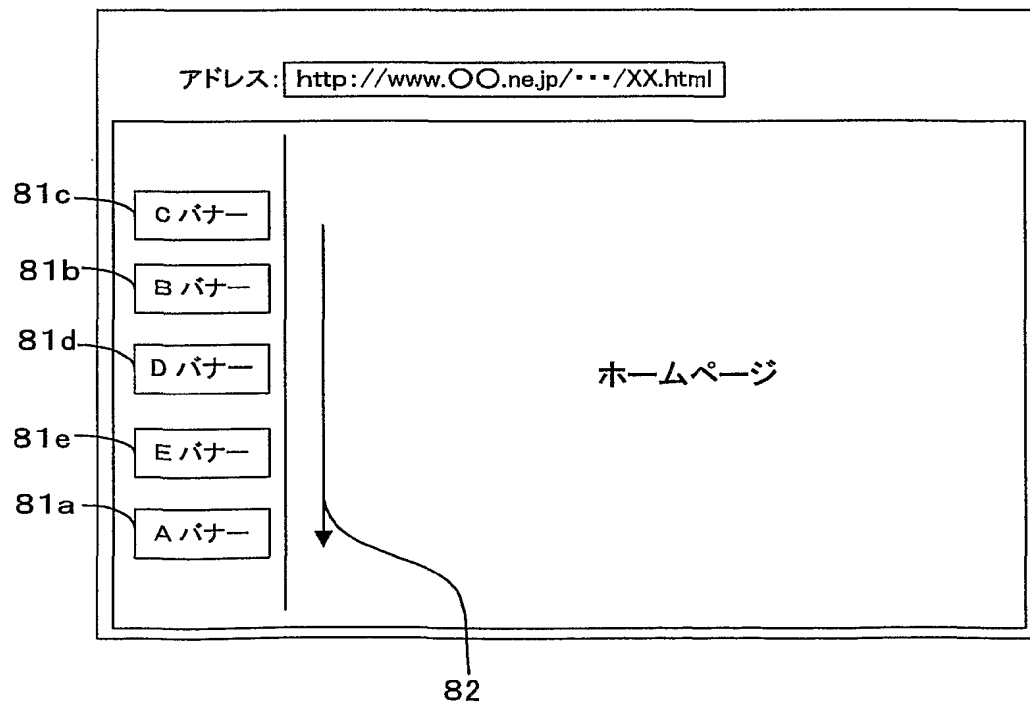


図 8



## INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

PCT/JP00/06571

A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER  
Int.Cl.<sup>7</sup> G06F17/60

According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC

## B. FIELDS SEARCHED

Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols)

Int.Cl.<sup>7</sup> G06F17/60, 19/00, 17/30, 3/14

Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched

Jitsuyo Shinan Koho 1926-1996 Jitsuyo Shinan Toroku Koho 1996-2000  
Kokai Jitsuyo Shinan Koho 1971-2000 Toroku Jitsuyo Shinan Koho 1994-2000

Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used)

JICST FILE (JOIS), INSPEC (DIALOG)

## C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
A	JP 2000-259674 A (NCR International, Inc.), 22 September, 2000 (22.09.00) (Family: none)	1-10
A	EP 994430 A2 (HITACHI LTD), 19 April, 2000 (19.04.00) & JP, 2000-122949, A	1-10
A	EP 727734 A1 (NJK Corp.), 21 August, 1996 (21.08.96) & WO, 9607131, A1 & US, 5821926, A	1-3, 5-8
A	JP 5-61632 A (Casio Computer Co., Ltd.), 12 March, 1993 (12.03.93) (Family: none)	1-3, 5-8
A	JP 2000-163477 A (NEC Corporation), 16 June, 2000 (16.06.00) (Family: none)	9, 10
A	Home Page Design, Vol.5, AI Shuppan K.K., 25 February, 1998 (25.02.98), pages 89 to 96	1-10

☒ Further documents are listed in the continuation of Box C.

☐ See patent family annex.

\* Special categories of cited documents:

"A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance

"E" earlier document but published on or after the international filing date

"L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified)

"O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means

"P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed

"T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention

"X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone

"Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art

"&" document member of the same patent family

Date of the actual completion of the international search  
29 November, 2000 (29.11.00)

Date of mailing of the international search report  
12 December, 2000 (12.12.00)

Name and mailing address of the ISA/  
Japanese Patent Office

Authorized officer

Facsimile No.

Telephone No.

## INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

PCT/JP00/06571

## C (Continuation). DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
A	Nikkei Multimedia, No.45, Nikkei BP K.K., 15 March, 1999 (15.03.99), Pages 52 to 61	1-10

# INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

PCT/JP00/06571

## Box I Observations where certain claims were found unsearchable (Continuation of item 1 of first sheet)

This international search report has not been established in respect of certain claims under Article 17(2)(a) for the following reasons:

1. ☒ Claims Nos.: 11,12  
because they relate to subject matter not required to be searched by this Authority, namely:  

The inventions of claims 11, 12 relate to a method for collecting the charge of a banner advertisement and relate to schemes, rules or methods of doing business, purely mental acts, and playing games (PCT Rule 39.1(iii)).
2. ☐ Claims Nos.:  
because they relate to parts of the international application that do not comply with the prescribed requirements to such an extent that no meaningful international search can be carried out, specifically:
3. ☐ Claims Nos.:  
because they are dependent claims and are not drafted in accordance with the second and third sentences of Rule 6.4(a).

## Box II Observations where unity of invention is lacking (Continuation of item 2 of first sheet)

This International Searching Authority found multiple inventions in this international application, as follows:

1. ☐ As all required additional search fees were timely paid by the applicant, this international search report covers all searchable claims.
2. ☐ As all searchable claims could be searched without effort justifying an additional fee, this Authority did not invite payment of any additional fee.
3. ☐ As only some of the required additional search fees were timely paid by the applicant, this international search report covers only those claims for which fees were paid, specifically claims Nos.:
4. ☐ No required additional search fees were timely paid by the applicant. Consequently, this international search report is restricted to the invention first mentioned in the claims; it is covered by claims Nos.:

Remark on Protest ☐ The additional search fees were accompanied by the applicant's protest.  
☐ No protest accompanied the payment of additional search fees.

A. 発明の属する分野の分類 (国際特許分類 (IPC))		
Int. Cl <sup>7</sup> G06F17/60		
B. 調査を行った分野		
調査を行った最小限資料 (国際特許分類 (IPC))		
Int. Cl <sup>7</sup> G06F17/60, 19/00, 17/30, 3/14		
最小限資料以外の資料で調査を行った分野に含まれるもの		
日本国実用新案公報 1926-1996年 日本国公開実用新案公報 1971-2000年 日本国実用新案登録公報 1996-2000年 日本国登録実用新案公報 1994-2000年		
国際調査で使用した電子データベース (データベースの名称、調査に使用した用語)		
JICSTファイル (JOIS), INSPEC (DIALOG)		
C. 関連すると認められる文献		
引用文献の カテゴリー*	引用文献名 及び一部の箇所が関連するときは、その関連する箇所の表示	関連する 請求の範囲の番号
Y	JP, 2000-259674, A (NCR International, Inc.), 22. 9月. 2000 (22. 09. 00) (ファミリーなし)	1-10
Y	EP, 994430, A2 (HITACHI LTD), 19. 4月. 2000 (19. 04. 00) & JP, 2000-122949, A	1-10
Y	EP, 727734, A1 (NJK Corp.), 21. 8月. 1996 (21. 08. 96) & WO, 9607131, A1 & US, 5821926, A	1-8
<input checked="" type="checkbox"/> C欄の続きにも文献が列挙されている。 <input type="checkbox"/> パテントファミリーに関する別紙を参照。		
* 引用文献のカテゴリー 「A」 特に関連のある文献ではなく、一般的技術水準を示すもの 「E」 国際出願日前の出願または特許であるが、国際出願日以後に公表されたもの 「L」 優先権主張に疑義を提起する文献又は他の文献の発行日若しくは他の特別な理由を確立するために引用する文献 (理由を付す) 「O」 口頭による開示、使用、展示等に言及する文献 「P」 国際出願日前で、かつ優先権の主張の基礎となる出願 の日の後に公表された文献 「T」 国際出願日又は優先日後に公表された文献であって出願と矛盾するものではなく、発明の原理又は理論の理解のために引用するもの 「X」 特に関連のある文献であって、当該文献のみで発明の新規性又は進歩性がないと考えられるもの 「Y」 特に関連のある文献であって、当該文献と他の1以上の文献との、当業者にとって自明である組合せによって進歩性がないと考えられるもの 「&」 同一パテントファミリー文献		
国際調査を完了した日	29. 11. 00	国際調査報告の発送日
国際調査機関の名称及びあて先 日本国特許庁 (ISA/JP) 郵便番号100-8915 東京都千代田区霞が関三丁目4番3号		特許庁審査官 (権限のある職員) 吉田耕一
		5 L 9194 電話番号 03-3581-1101 内線 3560

C (続き). 関連すると認められる文献		
引用文献の カテゴリー*	引用文献名 及び一部の箇所が関連するときは、その関連する箇所の表示	関連する 請求の範囲の番号
Y	J P, 5-61632, A (カシオ計算機株式会社), 12. 3月. 1993 (12. 03. 93) (ファミリーなし)	1-8
Y	J P, 2000-163477, A (日本電気株式会社), 16. 6月. 2000 (16. 06. 00) (ファミリーなし)	9, 10
A	ホームページデザイン Vol.5, エーアイ出版株式会社, 25. 2月. 1998 (25. 02. 98) pp.89-96	1-10
A	日経マルチメディア No.45, 日経BP社, 15. 3月. 1999 (15. 03. 99) pp.52-61	1-10



## 第 I 欄 請求の範囲の一部の調査ができないときの意見 (第 1 ページの 2 の続き)

法第 8 条第 3 項 (PCT 17 条 (2) (a)) の規定により、この国際調査報告は次の理由により請求の範囲の一部について作成しなかった。

1. ☒ 請求の範囲 11, 12 は、この国際調査機関が調査をすることを要しない対象に係るものである。つまり、  
上記請求の範囲に記載されたバナー広告の料金徴収方法は、事業活動、純粹に精神的な行為の遂行又は遊戯に関する計画、法則又は方法 (PCT 規則 39.1(iii)) に該当する。
2. ☐ 請求の範囲 \_\_\_\_\_ は、有意義な国際調査をすることができる程度まで所定の要件を満たしていない国際出願の部分に係るものである。つまり、
3. ☐ 請求の範囲 \_\_\_\_\_ は、従属請求の範囲であって PCT 規則 6.4(a) の第 2 文及び第 3 文の規定に従って記載されていない。

## 第 II 欄 発明の単一性が欠如しているときの意見 (第 1 ページの 3 の続き)

次に述べるようにこの国際出願に二以上の発明があるところの国際調査機関は認めた。

1. ☐ 出願人が必要な追加調査手数料をすべて期間内に納付したので、この国際調査報告は、すべての調査可能な請求の範囲について作成した。
2. ☐ 追加調査手数料を要求するまでもなく、すべての調査可能な請求の範囲について調査することができたので、追加調査手数料の納付を求めなかった。
3. ☐ 出願人が必要な追加調査手数料を一部のみしか期間内に納付しなかったので、この国際調査報告は、手数料の納付のあった次の請求の範囲のみについて作成した。
4. ☐ 出願人が必要な追加調査手数料を期間内に納付しなかったので、この国際調査報告は、請求の範囲の最初に記載されている発明に係る次の請求の範囲について作成した。

追加調査手数料の異議の申立てに関する注意

- ☐ 追加調査手数料の納付と共に出願人から異議申立てがあった。  
☐ 追加調査手数料の納付と共に出願人から異議申立てがなかった。